

Intervista al giovane artista francese Marcel Benayou, ideatore di installazioni di realtà virtuale

# World Skin, il dolore del mondo attraverso gli occhi degli spettatori

Presentata a Linz e a Mestre, l'opera ha suscitato grande emozione. Indossati particolari occhiali per la visione stereoscopica si entra in una scena di guerra in cui si può fotografare. Una metafora sulla civiltà dell'immagine e sul potere della fotografia.

Il tragico incidente in cui ha perso la vita Diana Spencer ha riacceso in tutto il mondo le polemiche sul ruolo e le responsabilità dei cosiddetti «cacciatori di immagini». L'intrusione spesso violenta nella vita privata e la spettacolarizzazione mediale del dolore sono così nuovamente al centro di un acceso dibattito tra fautori del «diritto di cronaca» e difensori della privacy.

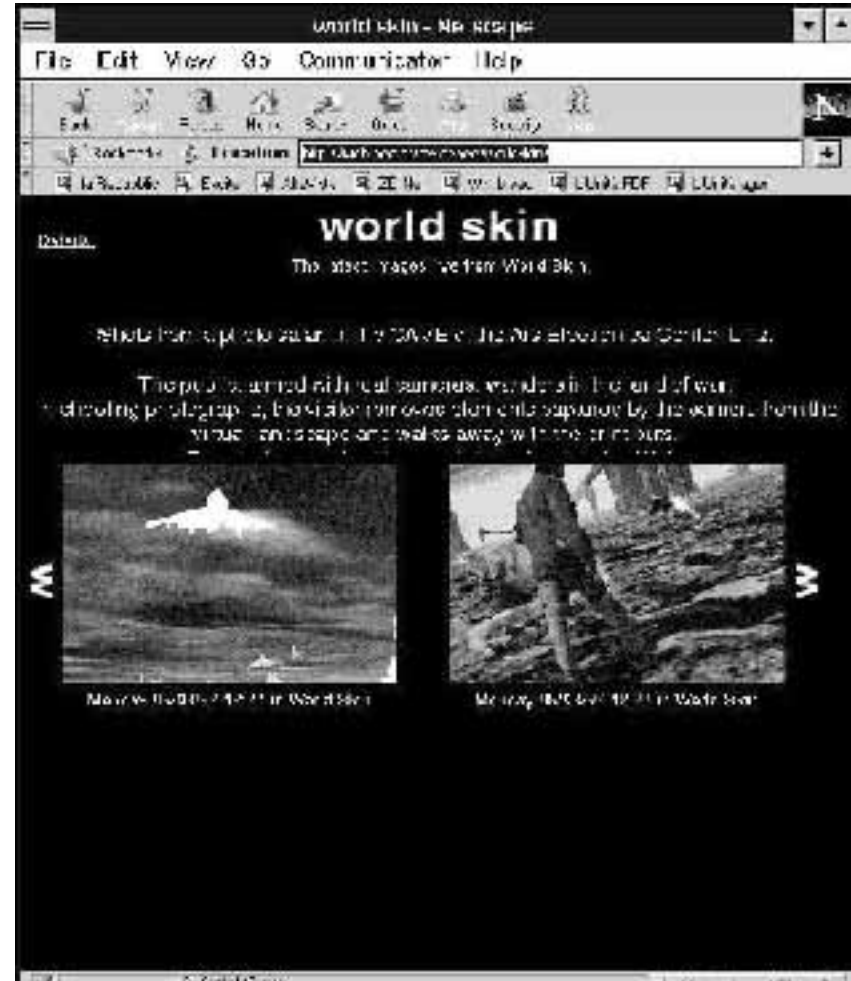
Sia ad Ars Electronica '97, rassegna internazionale di arte e tecnologia tenutasi recentemente nella città austriaca di Linz, sia a Mestre, poche settimane fa, alla rassegna Opera Totale, un giovane artista francese ha suscitato forte emozione con un'opera dedicata ai lati oscuri della società dell'immagine. *World Skin*, questo il titolo dell'opera, è un'installazione di Realtà Virtuale multiutente di tipo CAVE.

Indossati particolari occhiali per la visione stereoscopica, si entra in uno scenario di guerra dove esseri umani e carri armati sembrano congelati da un'esplosione nucleare. A chi visita il campo di battaglia viene data la possibilità di scattare delle fotografie-ricordo, foto che tuttavia possiedono una caratteristica singolare...Ne parliamo con l'autore, Maurice Benayou.

«La situazione di chi entra in *World Skin* è una situazione di "voyeur" in rapporto alla guerra. Ognuno può prendere delle foto, catturare un attimo di questo mondo che combatte con la morte, ma ad ogni clic dell'otturatore una parte del mondo scompare, e resta sullo schermo un'immagine-fantasma. Ciò che abbiamo inquadrato diventa invisibile, lo illuminiamo così tanto da non vedere più niente. E' un po' quello che accade ogni giorno in televisione, con il suo sovraccarico di immagini».

L'osservatore quindi non è passivo, ma modifica in qualche modo l'oggetto osservato.

«Il mondo di *World Skin* è un mondo che parla di dolore, un mondo che sparisce nella misura in cui lo guardiamo; non si tratta di uno sguardo innocente, è uno sguardo che è anche appropriazio-



Un'immagine del sito Internet di Marcel Benayou a proposito di *Worldskin*

ne. Questa appropriazione dell'immagine sembra rivelare il dolore ma in realtà lo maschera, lo nasconde.

L'effetto di fare delle immagini trasforma il soggetto in oggetto, e quando il soggetto è il dolore, la violenza, abbiamo a che fare con qualcosa che va oltre il semplice gioco formale. In *World Skin* lo spettatore all'inizio pensa che il suo cammino sia innocente, poi progressivamente l'atto di prendere fotografie diventa un atto aggressivo; ogni fotografia gli dà un potere che crea un oblio a livello di rappresentazione... Si parte fieri con la copia delle proprie foto come se si trattasse di un trofeo.

Viene da pensare al ruolo dei reporter di guerra e ai paparazzi...

«Io non esprimo giudizi su chi fa per mestiere delle immagini sulla guerra o sulla vita, ciò che mi interessa è chiedermi cosa vuol dire rappresentare il mondo, come fare perché le nostre rappresentazioni ci parlino del mondo, non voglio fare discorsi aneddotici sul comportamento dei reporter...»

«...C'è una tuttavia una differenza sostanziale tra reporter professionisti e «fotografi della domenica»...»

«L'utilizzo della macchina fotografica è certamente molto diverso in una situazione amatoriale e nell'attività professionale, perché le finalità e anche l'attitudine sono diverse. Tra gli stessi reporter professionisti vi sono approcci differen-

ti, alcuni si sentono realmente coinvolti in quanto stanno riprendendo. Altri invece hanno una forma di avidità che è quella dello scoop ad ogni costo».

Come è nata *World Skin*?  
«Alla base di *World Skin* c'è allo stesso tempo una riflessione sul mondo e su cosa significhi produrre delle immagini. Quale posto giocano nella nostra vita, perché senza dubbio c'è qualcosa di essenziale nel rapporto che ha l'uomo con l'immagine e la rappresentazione.

In *World Skin* non ci sono universi onirici dove dimenticare la realtà, non ci sono esercizi di stile destinati a sviluppare l'immaginazione, ci sono invece delle situazioni che in un modo o nell'altro ci parlano del mondo. Gli strumenti che le nuove tecnologie ci danno consentono oggi forme inedite di mediazione, perché l'artista finalmente è in grado di creare delle situazioni nelle quali lo spettatore, attraverso la propria interazione con l'opera, può sviluppare delle chiavi personali di comprensione».

«Che rapporto viene a crearsi tra immagine, memoria e realtà attraverso il medium fotografico?»

«Nella mia vita professionale ho fatto migliaia di foto, e so che mettere una macchina fotografica fra sé e il mondo è un modo per proteggersi, mettere il mondo in scatola serve ad eludere la memoria; c'è stato un periodo in cui scattavo tantissime fotografie, ma spesso neanche le sviluppavo, non avevo bisogno di ricordarmi degli avvenimenti perché mi bastava sapere che erano registrati da qualche parte.

Quando faccio un'immagine non ho bisogno di immagazzinare nella mia testa ciò che fotografando prendo, ma in qualche modo ne conservo la presenza per renderla visibile e comprensibile ad altri; diviene così una memoria condivisa, che però mi sgancia dalla carica emozionale del soggetto, che scompare completamente nella sua trasposizione materiale, diventando un valore di scambio».

Si perde il contatto con ciò che sta davanti e intorno a noi...

«Si arriva al punto di non vedere più le persone, a vedere solo il risultato tecnico-estetico a livello di immagine, a considerare il mondo come un'immagine».

E in *World Skin* il mondo "è" un'immagine perché costruito come un insieme di figure rigorosamente bidimensionali, piatte; sono immagini tratte da reportage televisivi e quindi di qualità mediocre, tuttavia l'insieme di immagini e suoni è talmente immersivo, si è talmente coinvolti dallo scenario che ci circonda che si ha l'impressione di partecipare; ci si sente in uno stato di violen-

za, il suono aumenta man mano che si scattano le foto, diventando fisicamente oppressivo. La difficoltà maggiore in questo genere di lavori consiste nel conservare un'alta intensità di contatto con il pubblico senza creare illusioni, senza cercare di ingannare con le apparenze».

Ci può essere verità nelle immagini?

«No, non c'è verità nelle immagini, si tratta di una pura costruzione dello spirito, di una rappresentazione. E' possibile invece creare delle situazioni che portino lo spettatore a porsi delle domande; quando intitolò il mio lavoro *World Skin*, voglio dire che ciò che lo spettatore fotografa sono delle superfici, la superficie delle cose e la superficie delle immagini. Nella fotografia e nel video si tende molto spesso a catturare la superficie delle cose».

Certo ci sono innumerevoli fotografie che testimoniano di una vera riflessione sul mondo e che non si fermano alla superficie, ma nel suo principio tecnico si tratta di questo...cioè registrare come il mondo ci riflette la luce, come il mondo ci rinvia la luce che riceve; è questo che si registra attraverso il sistema ottico di un apparecchio fotografico o di una videocamera. Creare un mondo virtuale significa invece creare delle leggi e dei principi che vanno a reggere in un universo che noi costruiamo e a cui diamo vita. E' un universo da vivere, non semplicemente da guardare».

Roberto Aita

## SalonB.it Incontri multimediali a Torino

Dal 4 all'8 dicembre, Torino capitale dei «bit». Prenderà il via, infatti, *SalonB.it*, organizzato da Euphon e da Poliedra, con il sostegno di Enti Pubblici quali Regione Piemonte, Provincia di Torino, Città di Torino e Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura. Tre i livelli d'iniziativa: la *Mostra mercato*, rivolta alle aziende e agli enti che sui diversi fronti stanno dando vita ai mercati del futuro; il *Forum*, articolato in diversi momenti di riflessione teorica e scientifica sulle applicazioni e le politiche delle tecnologie digitali; la *Rassegna di eventi interattivi* e di opere multimediali d'autore on-line e off-line. La struttura di *SalonB.it*, che farà del Lingotto torinese un punto di riferimento dell'universo digitale, sarà caratterizzata da 5 siti che corrisponderanno ad altrettante parole chiave: 1) sito dei siti, 2) il sito del gioco (qui sarà attivo il Medialab, un laboratorio e un osservatorio in cui si sperimenta la multimedialità che coniuga l'aspetto educativo con quello ludico), 3) il sito della memoria, 4) il sito del corpo e del suono, 5) il sito dei nuovi autori: spazio per la presentazione di progetti d'autore in cerca di editore, con postazioni a disposizione per giovani autori multimediali.

In Inghilterra il videogioco è stato lanciato gratis dal governo

## D-Code: musica e avventura per combattere tutte le droghe

Concepito per piacere ai giovani dai tredici anni in su, viene distribuito dalla catena di negozi musicali HMV e dalle riviste musicali più seguite dai teenagers.

LONDRA. Un milione di copie di un nuovo cd che utilizza musica inedita di famosi complessi e la tecnica del videogioco con punti premio è stato distribuito gratis dal governo per educare i giovani a tenersi informati sul pericolo delle droghe.

Il ministero della Sanità ha abbandonato il linguaggio allarmistico delle vecchie campagne contro l'uso di droghe per adottare una strategia che non predica, ma informa e diverte. Gli esperti hanno constatato che sulle droghe i giovani non si fidano di quello che sentono dire dai genitori. Fanno più conto dei suggerimenti che vengono dai coetanei, dagli amici, dai disc jockey e perfino dai complessi musicali ed ai cd.

Il cd-videogioco lanciato dal governo è intitolato *D-Code* (Decodifica). Ha una copertina da science-fiction con i colori sgargianti abbinati all'ecstasy, la droga più usata nelle discoteche. E' stato concepito per piacere ai giovani dai tredici anni in su. Per la distribuzione il governo ha reclutato la famosa catena di negozi musicali della HMV (La voce del padrone) ed alcune tra le principali riviste musicali molto seguite dai teenagers come *Muzik* e *Melody Maker*. La HMV ha accettato di distribuire il cd-rom gratis. Le riviste lo hanno allegato alle copertine. *D-Code* ha tutti gli ingredienti di eccitazione e sorpresa legati al processo quesito-risposta e si presenta tecnicamente avanzatissimo. E' sonorizzato da Trevor Nelson, un famoso dj che fa da guida col suo amichevole accento ragga. Si avanza rispondendo alle domande, si accumulano i punti

guadagnati - in gergo «brain cells» (cellule del cervello) - ad ogni superamento di ostacolo. Bisogna fare un milione di punti per accedere, come premio, all'«arcata del suono», una rassegna di composizioni scritte appositamente da complessi come Lionrock, Repubblica e Death in Vegas, tutti tra i favoriti del momento. I quesiti vertono sulle particolarità e gli effetti delle varie droghe e sul come intervenire nel caso ci si trovi accanto a qualcuno in difficoltà dopo averne prese. Nel caso dell'ecstasy per esempio, ci sono informazioni sulla quantità di acqua che si può bere senza causare ulteriori danni all'organismo.

Il progetto è stato coordinato dalla Health Education Authority, l'ente governativo sull'educazione alla salute che impiega oltre centocinquanta esperti in diversi rami della prevenzione e informazione sanitaria. L'idea del videogioco nella campagna della lotta alle droghe leggera e pesante è stata lanciata dopo i risultati di una ricerca secondo cui il 97% dei giovani inglesi che frequenta le discoteche sperimenta almeno una volta qualche tipo di droga. La scoperta ha allarmato il governo e milioni di genitori.

Il ministero della sanità ha dovuto ammettere che le numerose campagne di prevenzione presentate alla televisione con l'uso di immagini anche molto drammatiche, come letti d'ospedale o tombe scoperte, non hanno ottenuto il risultato sperato. Il team d'esperti ha concluso che le immagini dif-

fuse col proposito di spaventare i giovani non solo non hanno funzionato, ma sono state addirittura adottate dalla stampa per teenagers nella nuova tendenza che conferisce glamour allo squallore, al deliquo e perfino alla morte. Geof Webb della Health Education Authority ha detto: «I giovani si passano informazioni sulle droghe. Si fidano tra di loro. E' necessario renderli coscienti dei pericoli usando il loro linguaggio e la forma di comunicazione che più li interessa, bisogna incontrarli attraverso la musica e i giochi su cd-rom. In particolare non credono a chi dice che tutti gli effetti delle droghe sono brutti o spiacevoli. Sanno che non è vero. Meglio dire che certi effetti sono piacevoli e, sulle basi di questa verità, spiegare esattamente in che cosa consistono le conseguenze e i pericoli. Bisogna metterli in grado di aiutarsi a vicenda».

L'iniziativa del governo ha coinciso con l'annuncio che il ministro degli Esteri Robin Cook e quello degli Interni Jack Straw hanno deciso di utilizzare i servizi segreti che durante la guerra fredda si occupano di spionaggio e controspionaggio, come il M15 ed M16, per montare una vasta operazione antidroga. Internamente al Regno Unito è stato nominato un cosiddetto «Zar» dell'antidroga mentre nelle relazioni internazionali il governo ha indicato che raffrederà i rapporti con paesi esportatori di droghe, come Burma.

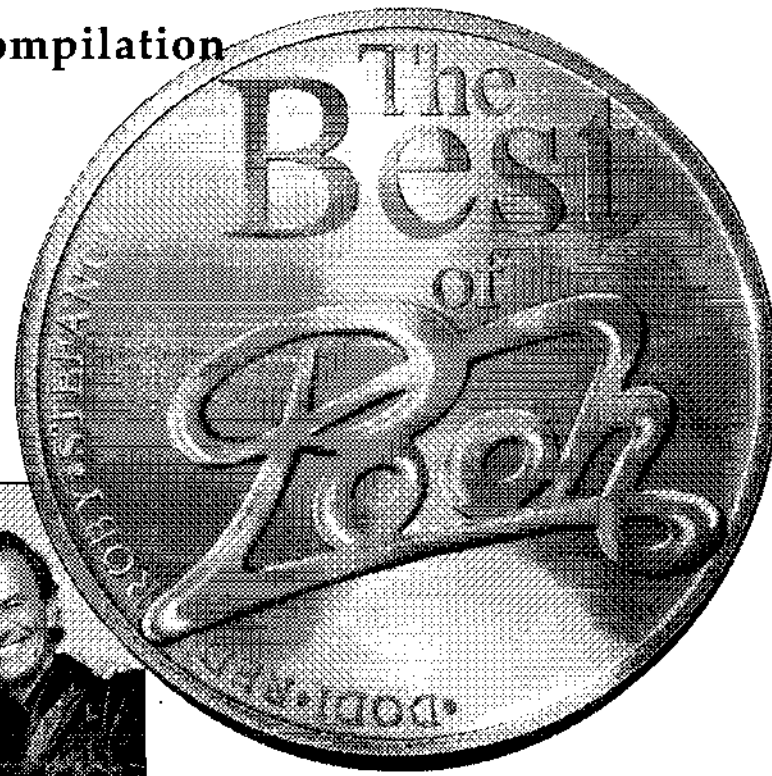
Alfio Bernabei



by Terry & Brun

da Lunedì 24 a Sabato 29 alle ore 16.30  
i POOH in diretta a RADIO ITALIA S.M.I.  
presentano la loro nuova compilation

## "THE BEST OF POOH"



30 grandi successi del gruppo n. 1 in Italia  
2 canzoni inedite  
su doppio Cd e Mc a prezzo speciale.

RADIO ITALIA SOLO MUSICA ITALIANA - SEMPRE PRIMA IN ANTEPRIMA  
ASCOLTACI IN TUTTA EUROPA VIA SATELLITE  
EUTELSAT 13°EST - FREQ. 11.408 - SOTTOPORTANTI STEREO 7.38/7.56  
ASTRA 19.2° EST - FREQ. DIGITALE (ADR) 11.185 - SOTTOPORTANTE 8.10